



CAPACIDAD DESTACADA

Adobe Journey Optimizer: participación en dispositivos móviles.

Llega a tus clientes estén donde estén con una participación personalizada y en tiempo real a través de sus dispositivos móviles.

Para lograr una conexión significativa con los clientes y ganarse su lealtad, las marcas deben personalizar y optimizar las experiencias móviles que brindan a través de los mensajes in-app, las tarjetas de contenido, las notificaciones push y los mensajes SMS y MMS.

Los consumidores interactúan cada vez más a través de los canales móviles de las marcas, y esperan tener experiencias e interacciones fluidas y hechas a la medida. Con Adobe Journey Optimizer, los expertos en marketing móvil y los propietarios de productos digitales pueden crear y optimizar las experiencias y los mensajes en sus aplicaciones móviles en seis áreas principales:



Optimización de aplicaciones móviles. Funciones para personalizar las experiencias de los clientes en aplicaciones móviles, lo que incluye la distribución de contenido, los elementos emergentes, la superposición de aplicaciones y el despliegue de funciones nuevas.



Mensajes in-app. Herramientas para diseñar, probar, verificar y activar mensajes in-app pertinentes a partir de los atributos del perfil del cliente, su historial de uso en la aplicación y la ubicación del dispositivo.



Tarjetas de contenido. Función de mensajería digital que permite distribuir contenido personalizado y atractivo en ubicaciones permanentes dentro de la aplicación móvil, lo que ayuda a hacer actualizaciones dinámicas del contenido sin interrumpir la actividad del usuario.



Notificaciones push. Capacidad de crear y activar notificaciones push personalizadas con medios enriquecidos, así como información valiosa sobre la participación de los clientes con estas notificaciones.



Mensajería SMS y MMS. Un editor visual que permite crear, personalizar, previsualizar y enviar mensajes SMS/MMS al dispositivo móvil del cliente, además de informes para hacer un seguimiento del rendimiento de los mensajes.



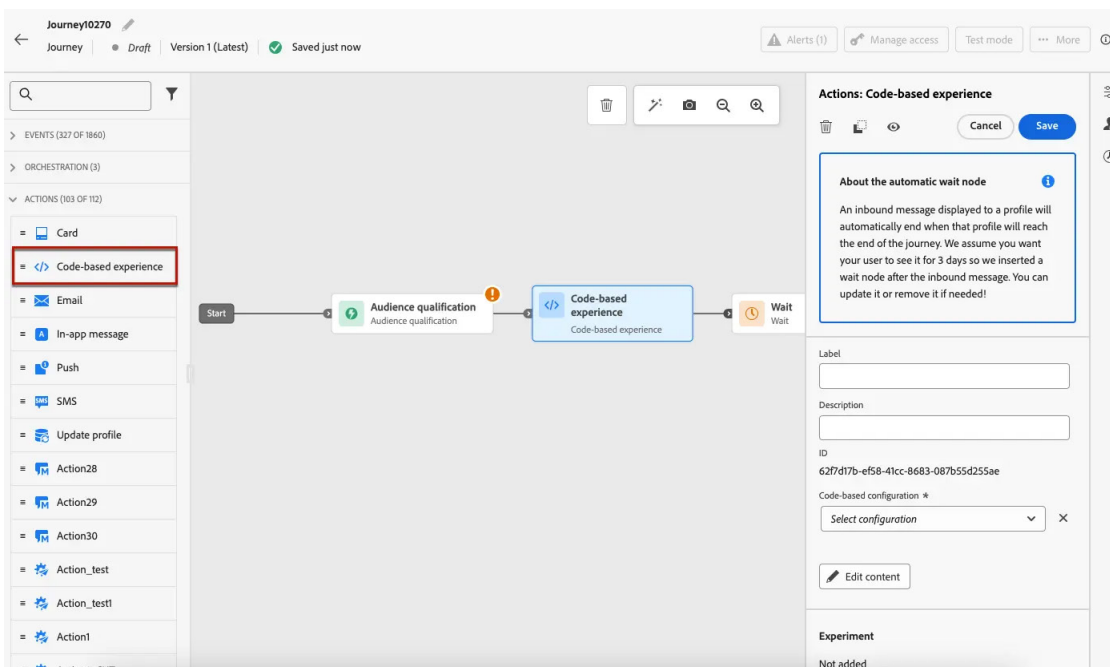
Geolocalización. La función de geovallado de Adobe Experience Platform Places Service para la activación de interacciones móviles contextuales, oportunas y basadas en la ubicación.

Personaliza y optimiza las experiencias en aplicaciones móviles.

Con Journey Optimizer, los profesionales del marketing pueden acceder a diversas herramientas para crear, personalizar y optimizar la experiencia del cliente con una aplicación móvil, ya sea para una campaña, dentro de un recorrido o como parte del despliegue de un producto.

Experiencias en la aplicación basadas en código

Adobe Journey Optimizer incluye una acción de experiencias basadas en código que otorga más control a los desarrolladores y a otros usuarios con conocimientos técnicos. Al componer y distribuir código HTML o JSON en las aplicaciones móviles nativas, los desarrolladores pueden agregar ofertas estáticas o dinámicas, decisiones y más. También pueden crear contenido dinámico en función de los atributos del cliente usando el editor de personalización.



Los expertos pueden insertar experiencias basadas en código en los recorridos del cliente y las campañas para personalizar contenido dentro de aplicaciones móviles nativas.

Optimización de la IU y la UX

En el editor visual de Journey Optimizer, los usuarios, sin importar si tienen o no conocimientos técnicos, pueden crear campañas y recorridos impactantes para aplicaciones móviles usando controles de edición avanzados. Esto mejora la experiencia del cliente ya que permite ofrecer contenido adaptado a sus comportamientos y preferencias. Además, los profesionales pueden perfeccionar el contenido a través de las pruebas A/B/n, que identifican la mejor variante de la IU o la experiencia del usuario dentro de la aplicación móvil.

Despliegue de funciones en la aplicación

Con Journey Optimizer, los desarrolladores y expertos en aplicaciones móviles pueden habilitar funciones nuevas en la aplicación para un grupo controlado de usuarios, lo que permite escalar el despliegue, las pruebas y la adopción. Pueden ofrecer la función nueva a un segmento limitado del público y evaluar la participación, detectar problemas o probar y medir el rendimiento en comparación con la experiencia actual. Luego de verificar que la función nueva cumple el propósito deseado y tiene un buen rendimiento, pueden lanzarla al resto de los usuarios.

Desarrollo flexible

Journey Optimizer ofrece marcos de trabajo flexibles del lado del servidor API y SDK para las plataformas más usadas del sector, lo que incluye el SDK para móviles del lado del cliente para Android, iOS, React, Flutter y más. Esto permite que los equipos técnicos trabajen desde el entorno de desarrollo de su preferencia. De esta forma, los desarrolladores, en colaboración con el equipo de marketing, pueden distribuir más rápidamente las experiencias, el contenido y los mensajes de la aplicación móvil, y pueden hacerlo usando flujos de trabajo optimizados y que ya conocen. Además, con Journey Optimizer, los desarrolladores, gerentes de productos móviles y expertos en marketing pueden validar las experiencias en la aplicación móvil a través de las herramientas de previsualización, prueba y simulación.

Los desarrolladores, en colaboración con el equipo de marketing, pueden distribuir más rápidamente las experiencias, el contenido y los mensajes de la aplicación móvil, y pueden hacerlo usando flujos de trabajo optimizados y que ya conocen.

Envía mensajes personalizados dentro de la aplicación.

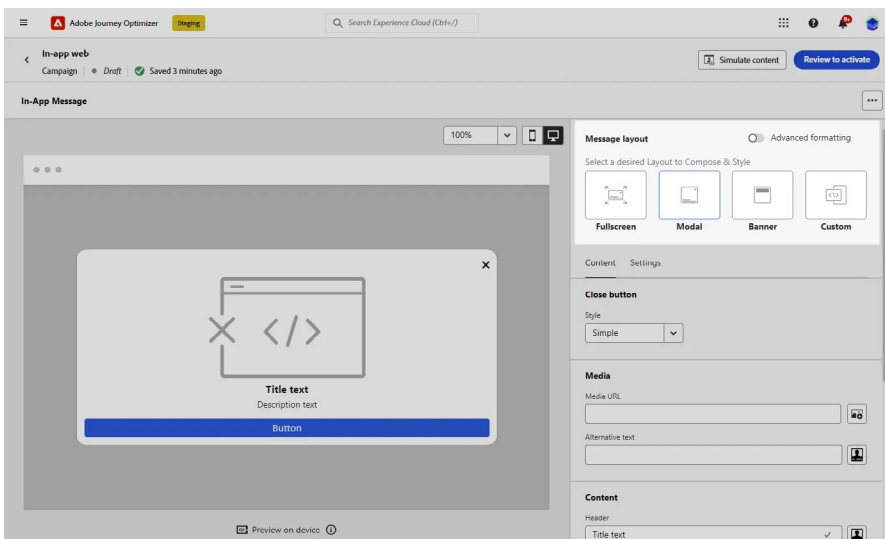
Journey Optimizer permite enviar mensajes in-app altamente pertinentes y adaptados a la participación en tiempo real del cliente, sus atributos, su historial de uso en la aplicación y la ubicación de su dispositivo. Los mensajes in-app pueden guiar al cliente hacia funciones nuevas o destacadas, mostrarle ofertas especiales, ayudarle con el uso de la aplicación y mucho más.

Activadores de mensajes avanzados

Journey Optimizer permite crear reglas para lanzar mensajes in-app en función del contexto y el comportamiento en tiempo real del cliente. Por ejemplo, mientras el cliente espera para abordar su avión en un aeropuerto, la aerolínea puede activar un mensaje in-app y recordarle que puede utilizar sus puntos del programa de lealtad para buscar un mejor asiento.

Diseño visual de mensajes

Los expertos en marketing y en aplicaciones móviles pueden usar las herramientas de diseño visual de Journey Optimizer para crear mensajes in-app atractivos que reflejen el tono de la marca y que inspiren al cliente a realizar alguna acción. Pueden definir los gestos con los que los usuarios pueden responder a los mensajes en la aplicación (por ejemplo, con un deslizamiento hacia la derecha o izquierda), o pueden personalizar los botones, estilos de fuente y el diseño del mensaje (pantalla completa, modal, banner o un mensaje HTML personalizado y preconfigurado). Dependiendo del diseño, los mensajes in-app pueden incluir videos o imágenes que fomenten la interactividad.



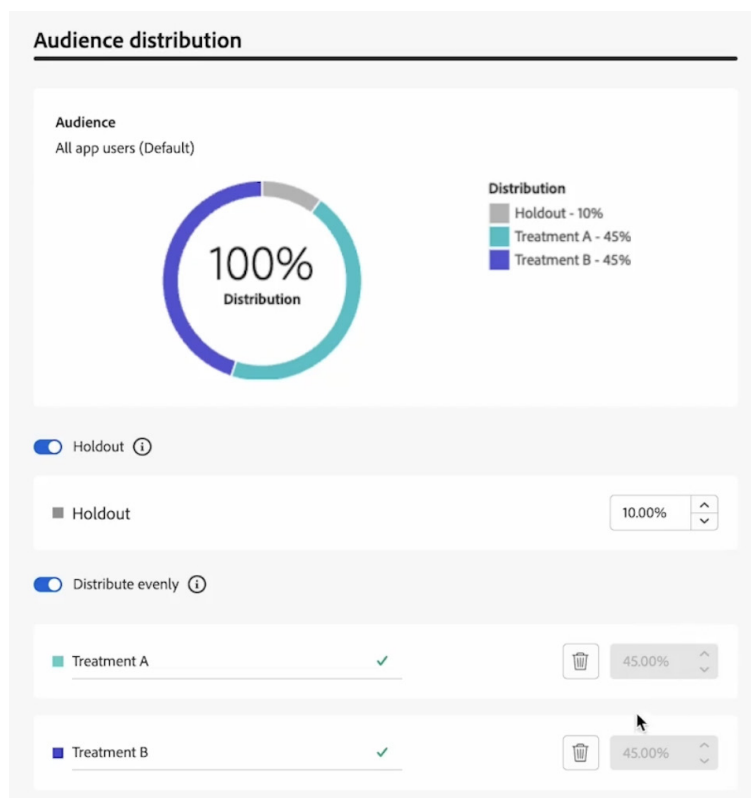
Con el diseñador de mensajes in-app, los expertos en aplicaciones móviles pueden elegir el diseño del mensaje y el estilo de los botones, añadir medios, escribir el título y el cuerpo del mensaje y hacer otras personalizaciones avanzadas.

Personalización individualizada

Los mensajes in-app se pueden personalizar para cada cliente gracias a los perfiles de clientes en tiempo real y la geolocalización. Los expertos en aplicaciones móviles pueden personalizar las ofertas, las URL y el contenido, desde el texto publicitario hasta las imágenes, los videos, los colores de fondo y los botones. Por ejemplo, cuando un cliente va a un concierto y escanea el código QR de su entrada usando la aplicación del evento, esto puede activar un mensaje emergente dentro de la aplicación con un descuento sobre la mercadería de la banda.

Experimentación

Para optimizar los mensajes in-app, los expertos en aplicaciones móviles pueden realizar un experimento A/B/n con dos o más variantes del mensaje para determinar cuál es el contenido que capta más la atención de los clientes. Incluso pueden definir una métrica de éxito y especificar el porcentaje de usuarios que se enviará a cada variante. También pueden seguir enviando el mensaje actual a cierto porcentaje del público para evaluar si la variante que gana la prueba A/B/n realmente se traduciría en una mejora.



Los expertos en aplicaciones móviles pueden realizar experimentos con el contenido de los mensajes in-app e identificar el mensaje que capta más la atención de un segmento de público determinado.

Plantillas listas para usar

Journey Optimizer agiliza la creación de mensajes gracias a las plantillas listas para usar, que incluyen el uso de pantalla completa, modales, banners y diseños totalmente personalizados. Los expertos pueden tomar un diseño como punto de partida, adaptarlo a sus necesidades e incluso guardarlo en formato de plantilla para reutilizarlo más adelante.

Previsualización de control de calidad

Solo con escanear un código QR con su dispositivo, los expertos en marketing y gerentes de productos digitales pueden previsualizar las experiencias en la aplicación móvil (incluso los mensajes in-app) antes de lanzarlos al público. Incluso pueden usar los datos de los perfiles de prueba para sustituir el contenido personalizado en los mensajes de prueba. Para previsualizar el mensaje, los expertos deben escoger un dispositivo, escanear un código QR, ingresar un PIN y activar el mensaje rápidamente en el dispositivo para comprobar si se muestra como esperaban.

Integraciones perfectas

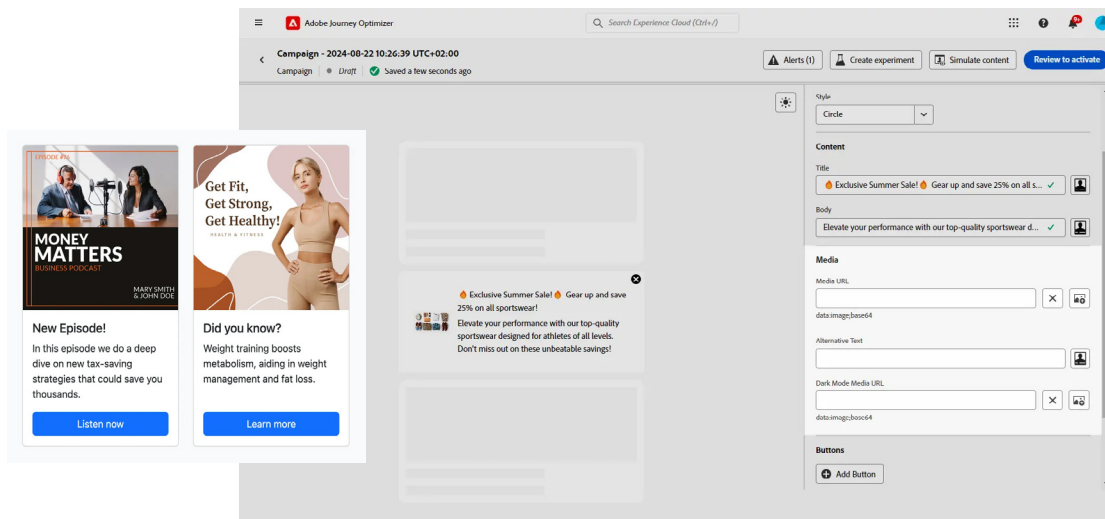
Journey Optimizer es compatible con los patrones de integración estándar del sector en plataformas iOS, Android, React Native y Flutter usando SDK. El SDK para móviles de Adobe Experience Platform incluye todas las extensiones necesarias para integrarse con las aplicaciones de iOS y Android a fin de enviar mensajes in-app e interactuar con los clientes en sus dispositivos móviles. Gracias a la [Configuración guiada de canales](#), las marcas pueden configurar sus canales de marketing para utilizarlos en Journey Optimizer, lo que incluye los sitios web y las aplicaciones móviles.

Capta la atención de los usuarios con tarjetas de contenido.

Las tarjetas de contenido permiten compartir contenido dinámico de forma directa dentro de bloques permanentes de contenido que se integran fácilmente con la interfaz de usuario de la aplicación. Estas actualizaciones de contenido no interrumpen la actividad del usuario, y a la vez captan su atención y lo mantienen informado sobre mensajes importantes, oportunidades y mucho más, como los próximos descuentos o webinars.

Creación de tarjetas de contenido

Para personalizar una tarjeta de contenido, los expertos en marketing móvil utilizan un editor basado en formularios que les permite definir el contenido y el diseño. Las tarjetas de contenido pueden incluir textos y medios enriquecidos, como imágenes, videos e incluso botones que dirigen al usuario a la página de aterrizaje de un evento o la página de ventas en la aplicación. Al igual que con otros canales móviles, los expertos en marketing pueden personalizar este contenido en función de los atributos del usuario, sus comportamientos, su ubicación y otros factores contextuales.



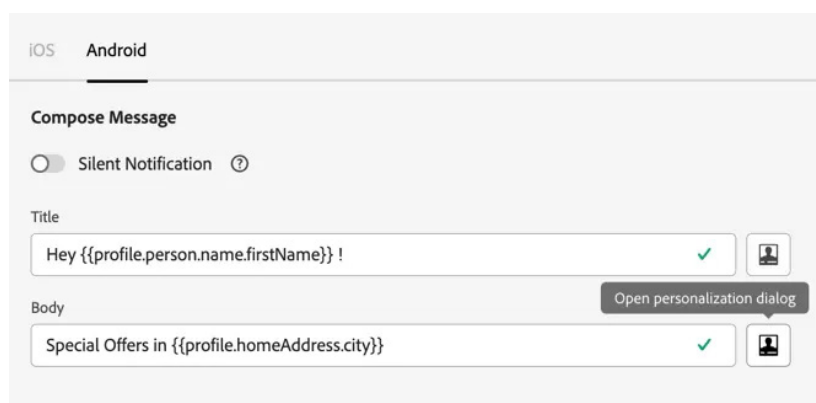
Las tarjetas de contenido pueden incluir vínculos con la URL de medios enriquecidos, como imágenes y videos, y permiten seleccionar recursos existentes de la biblioteca de Adobe Experience Manager Assets Essentials.

Compatibilidad multiplataforma

Las tarjetas de contenido pueden utilizarse en la interfaz de usuario de aplicaciones de iOS o Android, así como en sitios web. En Journey Optimizer, los gerentes de productos móviles pueden elegir el canal para la tarjeta de contenido y configurar dónde aparecerá esta experiencia.

Envía notificaciones push.

Los mensajes in-app permiten mostrar contenido a los usuarios mientras usan la aplicación, pero también es importante que las marcas capten la atención de los usuarios y los atraigan hacia la aplicación cuando no la están usando. En Journey Optimizer, los expertos en marketing y en aplicaciones móviles pueden crear y enviar notificaciones push atractivas con texto publicitario y medios enriquecidos. También obtienen información valiosa para comprender mejor cómo participan los clientes y cómo optimizar las notificaciones.



The screenshot shows the 'Compose Message' interface in Journey Optimizer. At the top, there are tabs for 'iOS' and 'Android', with 'Android' selected. Below the tabs, the 'Compose Message' section includes a 'Silent Notification' toggle (currently off) and a help icon. The 'Title' field contains the text 'Hey {{profile.person.name.firstName}} !' with a green checkmark and a user icon. The 'Body' field contains the text 'Special Offers in {{profile.homeAddress.city}}' with a green checkmark and a user icon. A button labeled 'Open personalization dialog' is positioned between the title and body fields.

Las notificaciones push personalizadas captan la atención de los clientes, y esto aumenta la participación en la aplicación, las conversiones, la retención y la lealtad.

Personalización y segmentación

Journey Optimizer permite que los expertos en aplicaciones móviles envíen notificaciones push pertinentes en función del comportamiento, las preferencias y las interacciones anteriores de los usuarios, y que personalicen cada elemento del mensaje usando contenido dinámico. Pueden personalizar el título y el cuerpo del mensaje a partir de los atributos de los clientes, como su nombre, ubicación y categoría en el programa de lealtad.

Activación en tiempo real

En Journey Optimizer, las marcas pueden activar el envío de notificaciones push a los clientes en respuesta a acciones o eventos en tiempo real, como compras, carritos abandonados, cambio en la geolocalización y más. Las notificaciones push sirven para volver a atraer a los usuarios que dejaron de usar la aplicación o que abandonaron una compra, así como para presentar funciones nuevas, proporcionar información valiosa o confirmar una transacción. Por ejemplo, un comerciante minorista puede enviar una notificación de confirmación a través de su aplicación en el instante en que el cliente completa una compra en línea o en la tienda. De forma similar, el comerciante puede definir áreas de geovallado cerca de sus tiendas físicas y activar una notificación push con descuentos cuando el cliente ingresa en una de esas áreas.

● Sending Statistics

	People	Targeted (AJO)	Sends (AJO)	Delivered (AJO)	Bounces For Outbound Channels(AJO)	Outbound Errors (AJO)	Outbound Exclusions (AJO)
Campaign Name (AJO)	11	1,163	0	0	0	0	1,163
Page: 1 / 1 Rows: 10 1-1 of	Apr 30	Apr 30	Apr 30	Apr 30	Apr 30	Apr 30	Apr 30
	out of 12	out of 1,163	out of 0	out of 0	out of 0	out of 0	out of 1,163
Campaña SMS	11 100.0%	1,163 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1,163 100.0%

Las métricas de envío ayudan a medir el rendimiento y a identificar problemas, como mensajes rechazados o con errores.

Métricas de informes

Para medir el impacto de las notificaciones push, Journey Optimizer crea informes de los recorridos y las campañas. Estos informes incluyen gráficos de resumen con métricas de rendimiento como, por ejemplo, la cantidad de notificaciones enviadas, rechazadas o que presentaron errores en las últimas 24 horas. También incluyen tablas con métricas más detalladas, como la cantidad total de mensajes dirigidos y la cantidad total de mensajes enviados, entregados, rechazados, abiertos y más. Estas métricas se pueden desglosar todavía más según la plataforma o el sistema operativo del dispositivo móvil del usuario.

Datos personalizados

Los expertos en aplicaciones móviles pueden agregar variables de datos personalizadas a las notificaciones para que la aplicación realice acciones específicas. Por ejemplo, una aplicación de deportes puede usar datos personalizados para actualizar un mensaje con el resultado actual de un partido. Los expertos también pueden usar los datos personalizados para definir los sonidos únicos que la aplicación emitirá en momentos de interés, como cuando llega un nuevo mensaje, cuando hay una actualización disponible o cuando se acerca un evento climático de interés. Estos datos personalizados también son útiles para mostrar insignias con la cantidad de mensajes sin leer, e incluso para agrupar las notificaciones y facilitar su lectura.

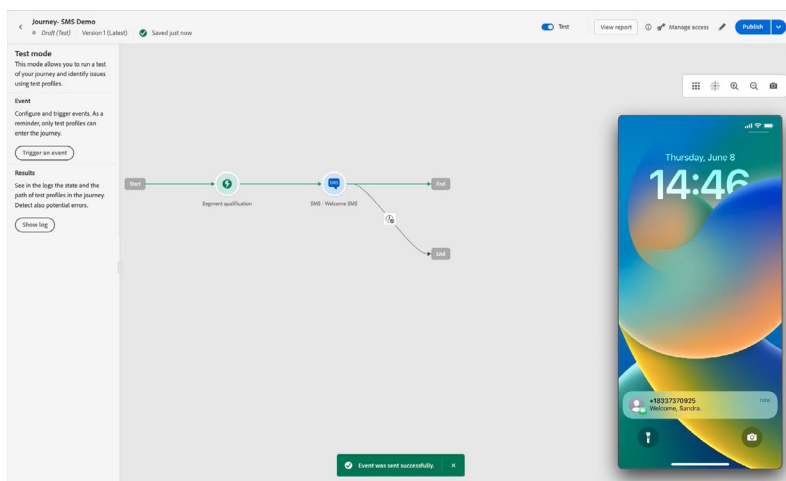
Envía mensajes SMS y MMS.

Journey Optimizer ofrece a los expertos en marketing todo lo que necesitan para crear, personalizar, previsualizar y enviar mensajes de texto a los dispositivos móviles de los clientes. Casi todas las funciones que están disponibles para mensajes de correo electrónico, in-app y notificaciones push también pueden usarse para los mensajes SMS y MMS.

Creación de mensajes por lotes y en tiempo real con una misma herramienta

Journey Optimizer permite crear y enviar mensajes SMS y MMS tanto en campañas por lotes dirigidas a segmentos del público como para la participación individual de clientes en tiempo real, y permite hacerlo desde una sola herramienta. Los expertos en marketing pueden agregar una acción SMS a un recorrido o una campaña y luego componer el contenido del mensaje usando un editor visual.

Los mensajes pueden incluir contenido personalizado (por ejemplo, el nombre, la ubicación y las compras del cliente), así como contenido dinámico que utilice reglas condicionales para adaptar el mensaje (por ejemplo, enviar el mensaje en el idioma de preferencia del destinatario). La opción MMS del editor visual permite el uso de videos, imágenes, clips de audio y otros tipos de medios. Además, los expertos en marketing pueden usar el modo de prueba para verificar que el mensaje se envíe y se muestre como esperan.



En el modo de prueba, los expertos en marketing pueden comprobar si efectivamente se envió el mensaje SMS y si realmente muestra el contenido como debe ser.

Gestión del consentimiento

Para enviar mensajes SMS y MMS a los clientes en el momento oportuno, es necesario cumplir con los estándares y las normativas del sector en cuanto a la gestión del consentimiento, lo que incluye permitir que los clientes cancelen su suscripción fácilmente. Journey Optimizer admite el uso de las palabras clave y respuestas más comunes con las que los usuarios dan su consentimiento, cancelan una suscripción o solicitan ayuda. Estas palabras clave activan una respuesta estándar por parte de los proveedores de servicios. Si el usuario envía palabras clave que el sistema no reconoce, los expertos en marketing pueden configurar una respuesta predeterminada.

Las marcas también pueden configurar palabras clave personalizadas, como “aplicación”, “cupón”, “inicio” o cualquier otra palabra que deseen, y estas palabras se recopilan y almacenan como atributos en los perfiles de los clientes. Luego, estos atributos pueden activar acciones o respuestas personalizadas, como el envío de un correo electrónico o un mensaje con el enlace para descargar una aplicación.

Proveedores de servicio flexibles

Journey Optimizer envía mensajes a través de integraciones nativas con los proveedores de servicios SMS y MMS Sinch, Twilio e Infobip. Para las marcas que prefieren utilizar otro proveedor de servicios para el envío de sus mensajes, Journey Optimizer pronto permitirá configurar un proveedor de SMS alternativo, además de crear, previsualizar, distribuir y generar informes de mensajes completos.

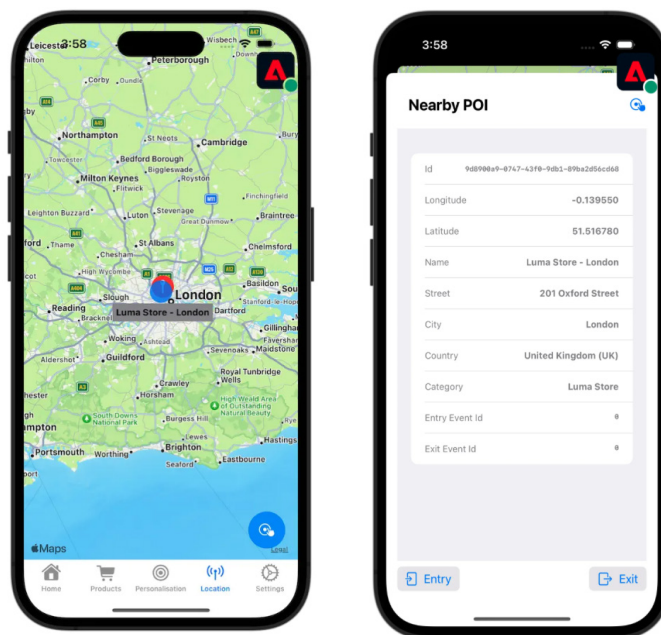
Usa la geolocalización para llegar a los usuarios en el momento oportuno.

Journey Optimizer utiliza Places Service de Adobe Experience Platform para interactuar con los usuarios de aplicaciones móviles en el momento oportuno en función de su ubicación, uno de los activadores más valiosos para captar clientes que van de un lugar a otro.

Places Service permite que la aplicación móvil de la marca identifique la ubicación del usuario y comprenda su contexto. Las interfaces SDK del servicio son fáciles de usar, por lo que los desarrolladores pueden optimizar y reducir el código de la aplicación y el tiempo de desarrollo necesario para monitorear la ubicación de un dispositivo. Además, Places Service ofrece una base de datos flexible para administrar puntos de interés (POI) para la marca, como ubicaciones de tiendas minoristas, hoteles, estadios deportivos y geovallados, los cuales conforman límites virtuales que se definen por coordenadas de latitud y longitud.

Los expertos en aplicaciones móviles pueden usar Places Service para crear los POI de la marca y luego definir las reglas, condiciones y acciones que se activan en Journey Optimizer según la ubicación. Esto permite enviar mensajes oportunos cuando el usuario entra o sale de los límites de un POI. Por ejemplo, una farmacia puede enviar una notificación push a un cliente que entra en el geovallado de una sucursal y recordarle que hay una oferta en productos cosméticos. Los expertos incluso pueden simular la experiencia del usuario de la aplicación si desean comprobar si todo está funcionando como se debe.

Además, Places Service proporciona un mapa mundial para visualizar y entender mejor los POI dentro de un contexto espacial. Los expertos también pueden actualizar metadatos asociados con los POI, junto con atributos como nombres, direcciones y categorías. Incluso pueden editar y usar otras etiquetas personalizadas para los metadatos que hayan definido al enviar experiencias y mensajes móviles a los usuarios en función de su ubicación.



Los expertos en aplicaciones móviles pueden definir puntos de interés (POI) para su marca usando Places Service, y luego pueden simular la entrada y salida en el geovallado definido de un POI si desean comprobar si todo está funcionando como se debe.

Acerca de Adobe Journey Optimizer.

Adobe Journey Optimizer es una plataforma nativa de la nube que fue desarrollada a partir de Adobe Experience Platform, solución líder en el sector. Permite que las marcas administren en un solo lugar las campañas omnicanal programadas y las interacciones personalizadas con millones de clientes, lo que conduce a datos y decisiones más inteligentes que ayudan a optimizar el recorrido completo de cada cliente.

Obtén más información sobre cómo Adobe Journey Optimizer ayuda a las marcas a potenciar la participación en dispositivos móviles.

Más información

The Adobe logo, consisting of the word "Adobe" in a white, bold, sans-serif font, is positioned on a solid red background.

© 2025 Adobe. Todos los derechos reservados.

Adobe y el logotipo de Adobe son marcas registradas o marcas comerciales de Adobe en Estados Unidos y otros países.